

СОЦИОЛОГИЯ МОЛОДЁЖИ

DOI: 10.14515/monitoring.2015.5.06

УДК 316.346.32-053.6:331

Правильные ссылки на статью:

Пашкевич А.В., Сапрыкина Т.А. Какая она, престижная работа? (реконструкция социальных представлений на основе прочтения рисуночных данных) // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 5. С. 74-91

For citation:

Pashkevich A. V., Saprykina T. A. What a prestigious job is like? (reconstruction of social representations based upon pictorial data) // Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. 2015. № 5. P. 74-91

А.В. ПАШКЕВИЧ, Т.А. САПРЫКИНА

КАКАЯ ОНА, ПРЕСТИЖНАЯ РАБОТА? (РЕКОНСТРУКЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ НА ОСНОВЕ ПРОЧТЕНИЯ РИСУНОЧНЫХ ДАННЫХ)

КАКАЯ ОНА, ПРЕСТИЖНАЯ РАБОТА?
(реконструкция социальных представлений
на основе прочтения рисуночных данных)

*ПАШКЕВИЧ Анна Валерьевна – доцент факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия. E-mail: apashkevich@hse.ru
ORCID: 0000-0003-1596-9669*

*САПРЫКИНА Татьяна Александровна – стажер-исследователь Центра внутреннего мониторинга Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: tsaprykina@hse.ru
ORCID: 0000-0002-9448-3634*

Аннотация. Вопросы, которые поднимались в ходе предлагаемого читателям исследования, можно сформулировать следующим образом: как молодежь представляет себе престижную работу, какими признаками она обладает и чем отличается от остальных (непрестижных) видов деятельности? Каковы эти представления, если раскрыть их в виде изображений – визуальных данных? В статье рассмотрены представления о престижной работе, полученные на основе применения рисуночной техники. Преимущество невербальной методики состоит в том, что респондент может сам определять

WHAT A PRESTIGIOUS JOB IS LIKE?
(reconstruction of social representations
based upon pictorial data)

*PASHKEVICH Anna Valerievna – Associate Professor, Faculty of Social Sciences, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia. E-mail: apashkevich@hse.ru
ORCID: 0000-0003-1596-9669*

*SAPRYKINA Tatyana Alexandrovna – Intern Researcher, Internal Monitoring Centre, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia. E-mail: tsaprykina@hse.ru
ORCID: 0000-0002-9448-3634*

Abstract. A range of questions raised in the study are as follows: how young generation see a prestigious job; how it can be described; what differentiate it from other (non-prestigious) types of labor activity. How do all these representations look like if they are visualized? Representations of prestigious job described in the paper are constructed based upon pictorial technique. An advantage of non-verbal technique is that respondent is free to define semantic framework, as there are no limitations in form of predetermined response options or cognitive framework imposed by the interviewer. Consequently, the authors

смысловую композицию, поскольку здесь нет ограничений в виде заранее заданных исследователем вариантов ответов и когнитивных рамок на поставленный вопрос. Авторам удалось выявить, какие символы и характеристики престижной работы являются ключевыми, а какие, напротив, не акцентированы в представлениях молодежи. На основе интерпретации рисунков выделены 12 устойчивых типов представлений о престижной работе. Мы не стремились противопоставить вербальным методикам что-то другое, наша задача – продемонстрировать и популяризировать возможности использования невербальных техник в социологическом исследовании.

Ключевые слова: престиж, престижная работа, социальные представления, молодежь, рисуночная техника, рисуночные данные

managed to figure out what symbols and characteristics of a prestigious job are regarded by young people as important/not important. The study reveals that representations of a prestigious job are elective: pictures show different symbols and narratives each with its own “star story”. Twelve settled patterns describing prestigious job representations were singled out based upon the drawing’s interpretations. The purpose of the study is not to set something against verbal techniques; the purpose is to show the cognitive opportunities of using non-verbal techniques in the field research, thus, to enlarge the horizons of empirical sociology.

Keywords: prestige, prestigious job, social representations, youth, pictorial technique, pictorial data

Работа и престиж как важные элементы повседневной жизни

В жизни россиян работа по своей значимости занимает второе место после семьи [Аникин, 2009: 48], она считается важной сферой повседневной жизни [Пресс-выпуск ФОМ..., 2015], и зачастую ей уделяется гораздо больше ресурсов (сил, внимания), чем семье (в эквиваленте расходуемого бюджета времени). И в обыденной речи, и в научной литературе часто встречается выражение «престижная работа». Как показывают исследования [Аникин, 2009], в России к получению престижной работы особенно стремятся средние и наиболее обеспеченные слои населения. При этом 30% россиян предпринимают определенные шаги для получения более престижной должности [Пресс-выпуск ВЦИОМ..., 2014].

На вопрос: «Какие профессии в настоящее время Вы считаете наиболее престижными?» респонденты чаще всего называли *юристов, экономистов, врачей, банкиров, директоров, менеджеров, государственных служащих, нефтяников, военнослужащих и учителей* [Данные ВЦИОМ..., 2012]. Что люди подразумевают под понятием «престиж», почему те или иные профессии оказываются на первых или последних позициях рейтинга, каковы критерии престижности работы, какова дифференциация типов ее восприятия? На наш взгляд, ответы на эти вопросы с помощью традиционной анкеты вряд ли позволят охватить все концептуальное поле рассматриваемого понятия. Мы предлагаем обратиться к анализу рисунков, ставших своего рода *проекцией представлений о престижной работе на чистом листке бумаги*. Помимо прочего, показатели престижа интересны как *достаточно достоверные косвенные индикаторы ценностных ориентаций* разных групп молодежи, позволяющие сравнивать нынешнее поколение с предшествующими [Чередниченко, 2004].

Теоретико-методологические основы исследования

Понятие престижа стало общенаучной категорией, получив множество интерпретаций,

причем каждая из них акцентирует внимание на определенном признаке. Так, Т.И. Заславская называет престиж совокупным критерием социального статуса, одновременно отражающим политический, экономический и социокультурный потенциал личности [Заславская, 2001: 3]. По мнению О.В. Степанова, он связан с «возможностью самореализации, определенным уровнем образования и престижной работой, дающими определенный статус» [Степанов, 2005: 12].

Формирование социального статуса, рассматриваемого в рамках различных теорий, в частности Э. Дюркгеймом и М. Вебером, нераздельно связано с феноменом профессиональной стратификации, подразумевающей наличие иерархии профессий, основанной на статусе, а впоследствии на представлениях о профессиональном престиже. Речь идет об **обобщенном, мифологизированном образе наиболее ярких представителей профессии, закреплённом в стереотипе**. Стереотипное отношение к отдельным представителям переносится на всю профессиональную группу, формируя общественный престиж всей профессиональной отрасли. Здесь важную роль играет именно **типизация обыденного мышления**, на основе которой формируются общественные оценки. Молодое поколение выбирает не профессию как таковую, оно пытается определить свой будущий статус исходя из представлений о том, какое положение отражается в том или ином образе профессии [Певная и др., 2011]. В итоге престиж профессий становится **объективным параметром стратификации**.

Как правило, в обыденной речи понятия «работа» и «профессия» редко разграничивают, они употребляются практически как синонимы, но в теории существуют четкие подходы к определению **проблемно-предметных полей данных категорий**. Так, например, функционалисты выделяют особый характер профессии, отмечая ее почетный титул, высокий доход и престиж. По мнению Т. Парсонса, профессию от других занятий отличают владение знаниями и опытом [Парсонс, 1998]. И для Ч.Э. Хьюза эти понятия не являются тождественными: *работой* он называет главное занятие в жизни человека, а *профессией* – род занятий с более высоким статусом [Hughes, 1954]. Иными словами, согласно Ч. Хьюзу, профессия – это работа, которая воспринимается и считается престижной. Британский социолог Р. Дингуэлл пишет, что тайна профессий заключается в их привилегированном статусе [Dingwall, 2008].

В исследовании в качестве метода сбора данных мы применили **рисуночную технику**, считающуюся наиболее неструктурированной методикой из всего разнообразия невербальных техник [Гуреев, 2007: 134]. Невербальная методика представляется релевантной для изучаемого феномена, поскольку при изображении рисунка респонденты способны свободно выразить свои мысли, не будучи ограниченными рамками исследователя. Респондентам нет необходимости выбирать что-либо из предложенных вариантов ответов и **подстраиваться под них**. Еще одно преимущество – отсутствие влияния социальной желательности [Мельникова, Шайдулина, 2005: 112]. Респондент не знает, какие части рисунка являются значимыми, что именно в невербальном ответе будет подвергаться анализу и интерпретации. Использование различных символов позволяет понять, какими атрибутами молодежь очерчивает смысловое поле понятия «престижная работа», какими признаками она обладает и чем отличается от остальных. При этом рисуночная техника располагает к созданию творческой и раскрепощенной атмосферы, в которой нет жестких процедурных рамок и можно преодолеть барьеры, затрудняющие вербальное выражение взглядов, отличающихся от

общепринятых. В рисунке человек может проявить фантазию и выразить мысли не с помощью устоявшихся понятий, а через образы.

Дизайн полевого исследования

Первоначально теоретическая выборка нашего исследования предполагала включение в нее группы молодых людей в возрасте 20–25 лет. Мы намеревались осуществлять рекрутмент респондентов методом «снежного кома» и через социальные сети («ВКонтакте», Facebook). По факту же границы выборки были расширены, она охватила более широкий возрастной диапазон. В целях обеспечения потенциальной вариативности доступной выборки по составу ее участников было выбрано восемь различных точек входа для набора респондентов: факультет компьютерных наук НИУ ВШЭ, кредитно-экономический факультет Финансового университета, факультет менеджмента МЭСИ, факультет логистики Университета путей сообщения (МИИТ), колледж космического машиностроения и технологии, конструкторское бюро в Подмоскowie, транспортная компания в Москве, предприятие по производству антенных систем в Москве.

Фактическая выборка составила 90 респондентов в возрасте от 18 до 30 лет (средний возраст – 22 года). Из них 35 человек только учились, 21 только работал, 34 – совмещали учебу с работой. Наибольший интерес к участию проявляли молодые люди, имеющие отношение к техническим специальностям.

Этап сбора данных проходил с декабря 2014 г. по март 2015 г. в Москве и некоторых городах Подмоскowie, продолжительность интервью с одним участником варьировала от 10 до 30 минут. Молодым людям предлагалось изобразить свои представления о престижной работе в виде рисунка, выполненного на белом листе бумаги формата А4 с помощью ручки, цветных карандашей или фломастеров. Была предложена следующая формулировка вопроса: **«Как Вы представляете себе престижную работу, ее образ? Нарисуйте, пожалуйста»**. Поскольку немаловажным правилом применения рисуночной техники считается получение комментариев к рисунку от самого автора [Гуреев, 2007: 125], по ходу выполнения задания респонденту задавали несколько вопросов, касающихся интерпретации или уточнения изображенных символов, выделения центра рисунка, а также объяснения рисуночных подписей.

Анализ данных проводили в несколько этапов и на двух уровнях: содержательном и символическом. На первом уровне все рисунки классифицировали на основе повторяющихся тем: сначала два исследователя (авторы) независимо друг от друга сортировали весь массив рисунков по кластерам, по возможным категориям/тематическим рубрикам. В каждом рисунке выделялся **центр сюжета**, так называемый **якорь рисунка**, отражающий его **стержневую основу**. Во избежание смещенной (упрощенной) интерпретации символов также были учтены комментарии респондентов, высказанные в ходе небольшого полужформализованного интервью. Интервью включало в себя следующие вопросы: **«На каком символе в этом рисунке Вы бы сделали свой акцент?»**, **«Что является центром Вашего рисунка, вокруг чего все выстраивается?»**, **«Почему Вы изобразили именно эти символы? Что они олицетворяют, что именно Вы понимаете под тем или иными атрибутом/объектом на своем рисунке?»**.

Оказалось, часть рисунков содержит однозначные смыслы, а часть отражает полиаспектность в структуре представлений о престижной работе, поскольку на одном и том же рисунке могли присутствовать разные атрибуты. Например, участник исследования изобразил два объекта: служащего МЧС Российской Федерации и вертолет (с которым неразрывно связано выполнение работы по спасению). С одной стороны, в этом рисунке отражается представление о том, что престижная работа предполагает готовность жертвовать собой ради жизни других, идти на риск, альтруизм, патриотичность. С другой – судя по количеству звезд на погонах, изображен не просто рядовой спасатель МЧС, а служащий высокого звания. В связи с этим при отнесении того или иного многоаспектного рисунка к определенной категории предпочтение отдавалось уточняющим комментариям автора рисунка: что, по его мнению, является главным.

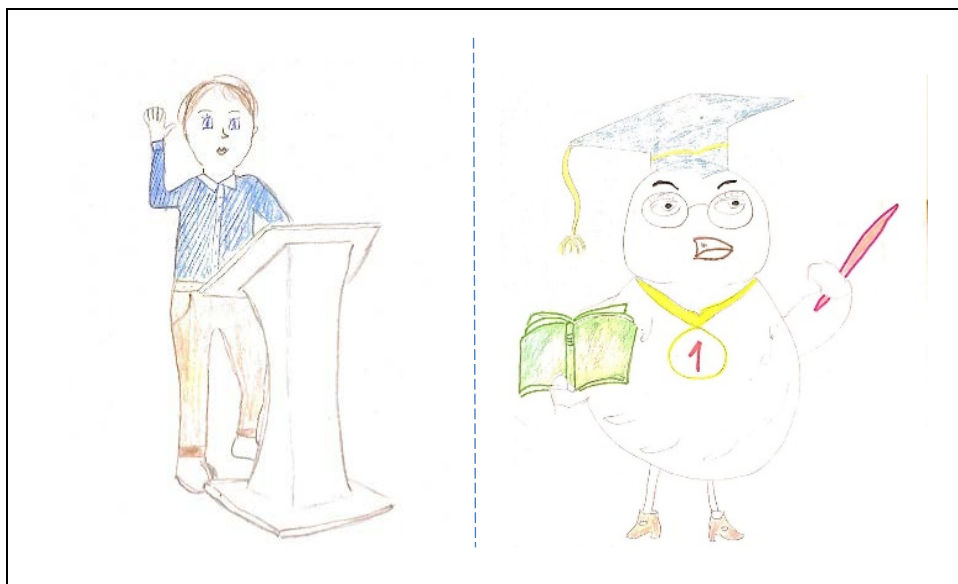
На втором уровне в каждой выделенной группе рисунков применяли *смысловое кодирование* и проводили последующую интерпретацию полученных кодов-символов. В некоторых случаях на рисунках были подписи, которые также принимали во внимание.

Описание результатов: типология представлений о престижной работе

Среди 90 рисунков выделены 12 устойчивых типов представлений о престижной работе; 7 рисунков не удалось отнести ни к какому типу ввиду их эксклюзивности, нередко граничащей с гротеском. Большинство рисунков оказались детально прорисованными и предполагающими свою историю, сюжет. Ниже приводится типология представлений о престижной работе – интерпретация каждого типа и примеры рисунков (см. Приложение). Образное название группы с использованием метафор, скорее, отражает проблемы, инструментом решения которых и может стать престижная работа.



ТИП А. «ОБЛАДАТЕЛИ ЭКСПЕРТНОЙ ВЛАСТИ И ЗНАНИЙ» (11 рисунков). В этой категории акцент делается на то, что престиж работы связан с обладанием каким-то *особым знанием*, высокой квалификацией, «когда вас слушают и внимают». Профессионализм, ум, обладание *специальными навыками* – неотъемлемые предпосылки престижной работы. Человек на рабочем месте – это профессионал, знаток своего дела, *мастер, знающий свое ремесло*. Про таких людей можно сказать, что они востребованы в каждом обществе. Престижная работа предполагает высокий социальный статус (и признание), который во многом складывается из компетентности, профессионализма.



ТИП Б. «Я БОЛЬШОЙ И ЗАМЕТНЫЙ» (11 рисунков). К этой категории относятся изображения, в которых подчеркнута фигурируют названия крупнейших корпораций и организаций-атлантов, институтов, которые у всех на слуху (Газпром, Роснефть, Лукойл, Unilever, Государственная Дума и др.). Они обладают высокой долей рынка и от них нередко зависят политико-экономические решения («я часть большого и влиятельного»). Кроме того, в эту группу входят сферы «банк-нефть-IT», так называемые **тренд-сеттеры** (trend-setters). На такой работе индивид ощущает себя **значимой** персоной и одновременно чувствует **защищенным**, поскольку он – часть **большой** корпорации. **Ощущение безопасности, стабильности** обеспечивает высокую лояльность по отношению к организации. Рисунки демонстрируют принадлежность к той части профессионального сообщества, с мнением которого считаются, **влияние которого крайне велико**. К тому же это сопряжено с высокой свободой в деньгах: «Я могу ни в чем себе не отказывать».



ТИП В. «РАДЕТЕЛИ БЕЗГРАНИЧНОГО БОГАТСТВА» (10 рисунков). Сюжетная линия в этой

категории рисунков выстроена вокруг идеи материального достатка. В престижной работе деньги являются центробежной силой. Здесь важна **абсолютная, ничем не стесненная свобода в деньгах**, богатство без границ. В некоторых рисунках этой группы присутствует символическое упоминание о карьере и бизнесе (в виде надписей), но и они целиком фокусируются на идее **финансовой состоятельности**, финансовой раскрепощенности и стабильности. Чаще всего отображаемая валюта – американские доллары, упакованные в кейсы, или аккуратные брикеты купюр. Деньги и финансовый достаток – синонимы успеха.



ТИП Г. «СОПРИЧАСТНИКИ ВЕЛИКОЙ МИССИИ» (9 рисунков). Судя по рисункам этой группы, престижная работа неизбежно связана с сопричастностью чему-то великому, значимому, что предполагает **грандиозные свершения**. Это могут быть выдающиеся события в области космонавтики, в сфере ликвидации событий, угрожающих жизни отдельного человека или мирному течению жизни в обществе в целом. Престижная работа – это все, что связано с **жертвенностью** или **готовностью принять вызов**. Зачастую обеспечение безопасности и защита других людей являются своеобразными катализаторами обретения авторитета (как одной из категорий престижа). Престижная работа такого рода предполагает **амбиции** и **ориентацию на социальное признание** и уважение, а также авторитет в глазах окружающих.



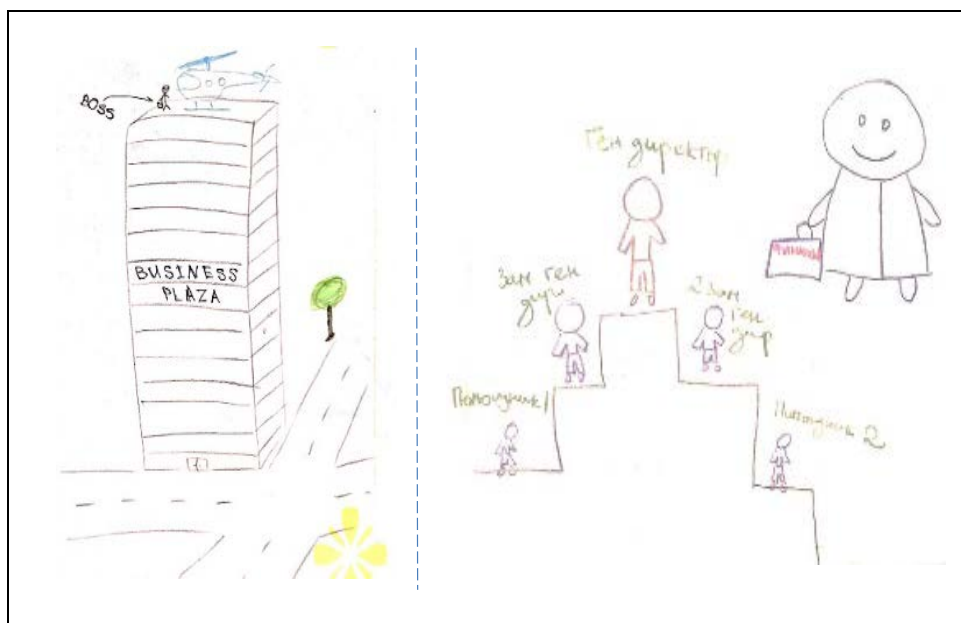
ТИП Д. «В ПОИСКЕ РОСКОШНОЙ ЖИЗНИ» (8 рисунков). Prestижная работа олицетворяется с возможностью приобретения материальных ценностей, обладание которыми подчеркивает высокий экономический статус владельца. Иными словами, люди, имеющие престижную работу, стремятся приобрести **высокий статус, который могут «прочитать» окружающие**. Такая работа открывает возможности **демонстративного** потребления на широкую ногу. Например, это может быть приобретение не просто машины, а трех автомобилей (своего рода «автогардероба»), преимущественно премиум-класса, например, «Мерседес», «Фольксваген», «Лексус» или же раритетные ретро-автомобили, указывающие на статус владельца («я могу себе это позволить»). Это может быть приобретение дорогой яхты, покупка дома/виллы на берегу моря, персонального вертолета (носящего имя владельца), частые путешествия, отдых на островах, личный шофер и др. С высокой вероятностью можно предположить, что этот тип представлений отражает готовность к престижному потреблению, где **имя, язык брендов** значат многое и несут четкое социальное послание окружающим.



ТИП Е. «Я ХОЗЯИН СВОЕЙ ЖИЗНИ, И ОНА ПОЛНАЯ ЧАША» (7 рисунков). Красной нитью в рисунках этой категории проходит мысль о том, что престижная работа позволяет **строить свою жизнь и атмосферу вокруг себя так, как хочется самому**. Здесь всегда изображен дом, и в нем уютно (есть цветы, прекрасная природа вокруг – лес, горы или теплое море), чаще всего есть дети. Семейное счастье и финансовая обеспеченность, **независимость** являются неотъемлемыми атрибутами такой жизни. **Деньги служат только средством** для реализации потребностей. Солнце приветливо светит над домом – отличительный символ всех рисунков данной категории, равно как и акцент на свободном времени, которого много, и оно может быть потрачено на собственное усмотрение. В целом, благополучие и комфорт, отсутствие проблем – вот ключевая жизненная цель человека, имеющего престижную работу. **Свобода**, а не сами деньги – **синоним роскоши** в этой категории рисунков.

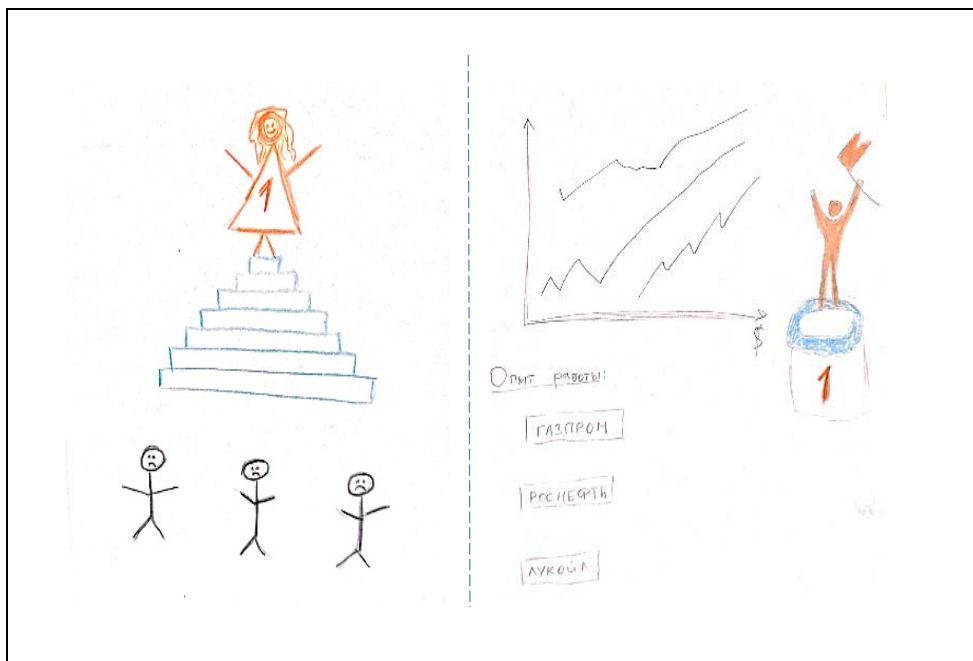


ТИП Ж. «Я ПРИВИЛЕГИРОВАННЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ» (6 рисунков). Престижна работа, предполагающая достижение вершины в иерархии (выстроенная должностная последовательность: начальник и подчиненные; те, кто выше, и те, кто ниже), **вертикаль власти** над другими людьми, четкая **регламентированная субординация** (генеральный директор, заместитель генерального директора, помощник № 1, помощник № 2, секретарь и т.д.), при этом чем выше должность, тем больше преимуществ. Акцентуация в рисунках – контроль и подчинение (неслучайно в рисунках присутствует, например, «**стеклянный пол** на 60-м этаже», чтобы многое было **под наблюдением** и не упущено из виду). Предполагается, что руководитель отдает массу распоряжений и контролирует их исполнение.

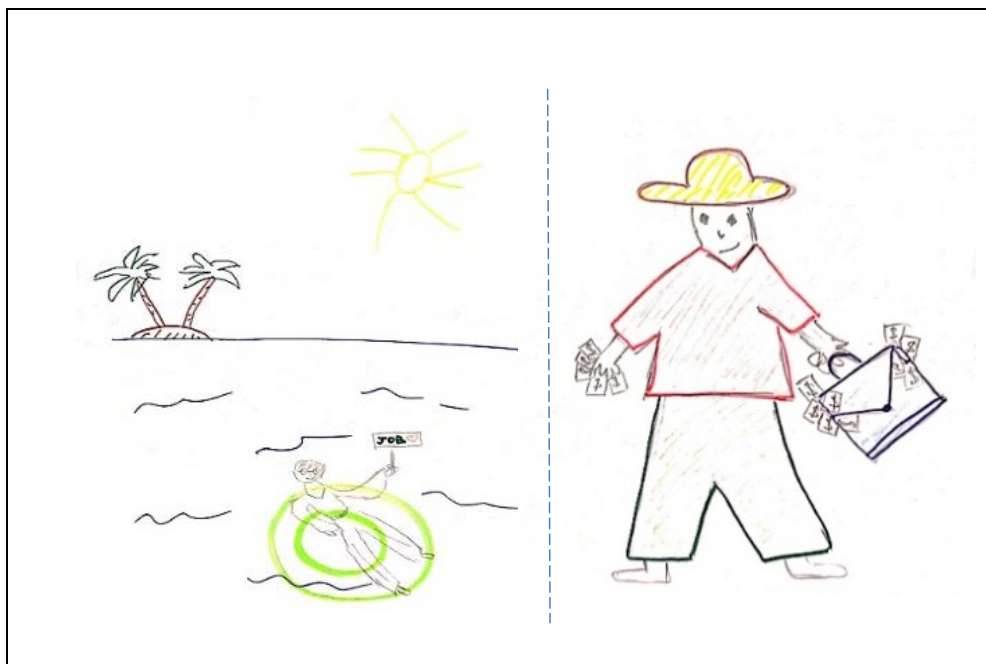


ТИП З. «В ГОНКЕ ДОСТИЖЕНИЙ/НА ПЬЕДЕСТАЛЕ ЛИДЕРСТВА» (6 рисунков). Престижная работа – это та, в которой есть **драйв**, жажда добиться большего, стремление **опередить** других.

Ничего важнее и интереснее у вдохновенных построением карьеры и стремлениями к достижениям нет, вдохновение приносят такие лозунги, как «мы первые!», «**мы лучшие**», «**я лидер!**», «**когда я на вершине успеха**». В ряде рисунков этой группы присутствует сюжетная линия **соперничества** и конкуренции, где главный герой, безусловно, побеждает своих оппонентов. Он оказывается на пьедестале успеха и первенства, и это не предел амбиций.



ТИП И. «КОГДА РАБОТА БЕЗ ПЕРЕРАБОТЫ» (5 рисунков). В рисунках этой категории внимание отводится деньгам и материальным ценностям, но сами по себе они не являются целью, а становятся проводниками идеи **комфорта, умиротворенного течения жизни**. Акцент делается на результате обладания этими ценностями: **престижная работа приносит независимость, выражающуюся в наличии свободного времени, которое тратится на отдых** (в изображениях этой группы часто прорисованы такие символы, как пальмы, круиз, отдых, море, чайки, сафари и др.), расслабление от суеты и в каком-то смысле **бегство в праздность** или, точнее, **в безмятежность**. Нередко этот тип представлений характеризуется потреблением на широкую ногу, где сама престижная работа не является обременительной, надрывной и изнуряющей. Для нее характерен нормированный график, на работе можно играть в компьютерные игры в перерывах между поручениями и др. Важно, чтобы всегда находилось время для отдыха.



ТИП К. «КОГДА ТЫ ЗНАМЕНИТ, ЗВЕЗДА ЭКРАНА» (4 рисунка). Представления о престижной работе, изображенные в рисунках этой группы, отражают такие категории, как *слава, популярность, возможность быть на виду* и пользоваться широкой известностью. В ряде комментариев было отмечено: если человека узнают на улице, безусловно, он достиг определенного уровня престижа. Работа на телевидении или принадлежность к шоу-бизнесу ярко иллюстрируют этот тип представлений. А сама *публичность* является неотъемлемым атрибутом престижной работы.

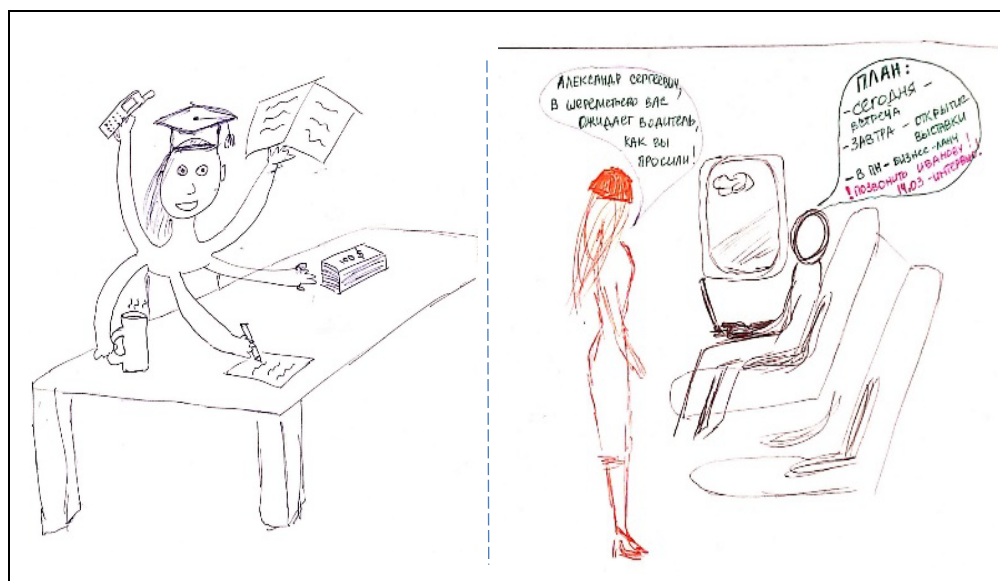


ТИП Л. «КОГДА ЛЮДИ МНЕ БЛАГОДАРНЫ» (4 рисунка). Рисунки данной категории отражают проявления *признательности* за проделанную работу и благодарности за

выполнение какой-либо просьбы, поручения, дела. Prestижной работе свойственны **уважение** и **доверие** со стороны окружающих. Такая работа не остается без внимания, она **награждается**, ее выполнение нужно и важно, в связи с чем слышны слова благодарности (и не только) в адрес того, чья работа престижна. В отдельных случаях на рисунке видно **добросовестное отношение человека к своей работе**, что может способствовать такому общественному признанию.



ТИП М. «ДЕЯТЕЛЬНЫЙ БОСС, КАК БЕЛКА В КОЛЕСЕ» (2 рисунка). Prestижная работа предполагает **высокий статус** (в том числе финансовый) и наряду с этим **высокую зону ответственности, множество проектов и обязательств, множество планов, заметок, пунктов для реализации.** Один день из жизни человека, чья работа престижна, – это своего рода **органайзер со множеством** записей и протоколов «Сделать это, выполнить то и т.д.», расписание детализировано до мелочей и нужно все успеть (позвонить, подписать, выпить чашку кофе или полноценно пообедать, успеть получить хорошее образование, например, MBA или DBA и т.д.). При этом если и лететь в самолете на переговоры или деловую встречу, **только бизнес-классом.**



Рефлексия

По мнению респондентов, престижная работа одновременно обладает набором каких-то категорий престижа, но никак не определяется одной-единственной характеристикой. Можно констатировать ориентацию на меркантильные основания восприятия престижной работы. Именно финансовая обеспеченность (в совокупности с любой другой категорией из названных, например, с известностью в обществе или обладанием экспертным знанием) является ключевой характеристикой, при наличии которой работе приписывается эпитет «престижная». Следует отметить и гендерную дифференциацию: так, представления девушек с большей частотой относятся к типам «Радетели безграничного богатства» и «В поиске роскошной жизни», а представления юношей – к типам «Я хозяин своей жизни, и она полная чаша» и «Я привилегированный руководитель». Типы «Я большой и заметный», «Обладатели экспертной власти и знаний» и «Сопричастники великой миссии» в одинаковой степени свойственны как девушкам, так и юношам. На основе полученных данных можно сконструировать так называемые *оси престижа*, которые описывают представление о престижной работе и в системе координат которых можно разместить выделенные типы. К ним относятся (табл.):

- богатство (деньги);
- власть (влияние);
- демонстративность (внешность);
- знание (компетентность);
- независимость (свобода);
- удовольствие (комфорт);
- амбициозность (эго);
- авторитет (уважение);
- жертвенность (самоотдача);
- известность (публичность);
- благодарность (награда);

- безопасность (защищенность);
- семья (дом).

Например, тип представлений «В поиске роскошной жизни» будет находиться в пространстве осей «богатство (деньги)», «демонстративность (внешность)» и «удовольствие (комфорт)», тип «Когда работа без переработы» – в пространстве осей «богатство (деньги)», «независимость (свобода)» и «удовольствие (комфорт)».

Богатая насыщенная эмпирическая типология представлений о престижной работе свидетельствует о плюралистичности взглядов и значительно расширяет границы классической социологической модели сущности престижа, с которой изначально сопряжены только доход, образование и власть. Иными словами, результаты, полученные в данном исследовании с применением рисуночной техники, можно рассматривать как расширенное понимание сущности престижа.

Несколько слов о специфике изучаемого феномена. Концепт «престижная работа» соединяет в себе *две самодостаточные категории* (престиж и работа), однако мы не уверены в том, что все участники исследования понимали данный концепт. Иными словами, не ясно, на чем в большей степени фокусируется основное внимание человека, когда диалог выстраивается вокруг словосочетания «престижная работа». Воспринимает ли участник исследования данный концепт как единое целое? Или он фокусирует внимание только на одном его аспекте? Можно предположить, что какая-то часть аудитории в словосочетании «престижная работа» видит/слышит «*работу*» и потому описывает *представления о работе* (о престижной как бы за скобками), о характеристиках и атрибутах работы как таковой. Другая же часть может останавливаться на слове «*престижная*» и именно в таком ключе выстраивать свои размышления, раскрывая в рисунке *представления о престиже* (но теперь о работе как бы за скобками). Факт возможной вариативности понимания (или даже двусмысленности) не был учтен нами заранее, однако в будущих работах имеет смысл уделить более пристальное внимание тестированию такого (или аналогичного) сложного концепта и выявить, как именно он воспринимается аудиторией. В ряде случаев было сложно разграничить, что изображают респонденты: собственные представления о престижной работе или они в большей мере транслируют мнение о социальных стереотипах, распространенных в современном обществе.

Таблица 1 Оси престижа в типах представлений о престижной работе

Типы представлений	Оси престижа												
	Богатство (деньги)	Власть (влияние)	Демонстративность	Знание (компетентность)	Независимость (свобода)	Удовольствие (комфорт)	Амбициозность (эго)	Авторитет (уважение)	Жертвенность (самоотдача)	Известность (публичность)	Благодарность (награда)	Безопасность (защищенность)	Семья (дом)
«Обладатели экспертной власти»		✓		✓				✓					
«Я большой и заметный»	✓	✓	✓							✓		✓	
«Радетели безграничного богатства»	✓					✓							
«Сопричастники великой миссии»				✓			✓	✓	✓		✓	✓	✓
«В поиске роскошной жизни»	✓		✓			✓							
«Я хозяин своей жизни, и она полная чаша»	✓				✓	✓						✓	✓
«Я привилегированный руководитель»	✓	✓											
«В гонке достижений/на пьедестале лидерства»			✓	✓			✓			✓			
«Когда работа без переработы»	✓				✓	✓							
«Когда ты знаменит, звезда экрана»		✓					✓			✓			
«Когда люди мне благодарны»	✓			✓				✓			✓	✓	✓
«Деятельный босс, как белка в колесе»	✓			✓		✓		✓	✓				

И все же мы больше склоняемся к тому, что в рисунках нашло отражение *личное восприятие образа престижной работы*. На наш взгляд, исследование получилось интересным,

и заслуживающим продолжения.

Литература

- Аникин В.А. Работа в жизни россиян // Социологические исследования. 2009. № 12. С. 48–55.
- Вебер М. Основные понятия стратификации / Пер. с англ. Изд. А.И. Кравченко // Социологические исследования. 1994. № 5. С. 147–156.
- Гуреев С.В. Анализ рисунков в социологических исследованиях // Социологические исследования. 2007. № 10. С. 132–139.
- Гуреев С.В. Проективные методики в социологических исследованиях: особенности использования графических данных (рисунков респондентов) в методе групповых дискуссий [Электронный ресурс]. URL: [http://www.sociologos.ru/upload/File/Gureev.pdf] (дата обращения: 5.05.2015)
- Дюркгейм Э. О разделении общественного труда // Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии. М.: Наука, 1991.
- Заславская Т.И. Социоструктурный аспект трансформации российского общества // Социологические исследования. 2001. № 8. С. 3–11.
- Здравомыслов А.Г., Ядов В.А. Человек и его работа в СССР и после. М.: Аспект-Пресс, 2003.
- Магун В.С. Как меняются российские трудовые ценности // Отечественные записки. 2007. Т. 37. № 3.
- Магун В.С. Трудовые ценности российского населения // Вопросы экономики. 1996. № 1. С. 47–62.
- Мельникова О.Т., Шайдуллина Ю.А. Методика психологического рисунка в качественном исследовании социальных установок // Социология: 4М. 2005. №21. С. 108–127.
- Ожегов С.И. Престиж // Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: [http://www.ozhegov.com/words/26578.shtml] (дата обращения: 5.05.2015)
- Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект-Пресс, 1998. С. 130–135.
- Певная М.В. и др. Профессиональный имидж и престиж социальной работы: монография. Екатеринбург: УрФУ, 2011. 184 с.
- Степанов О.В. Престиж личности в условиях трансформации российского общества: Автореф. дис. д-ра соц. наук. М., 2005. 38 с.
- Хьюз Э.Ч. Работа и человеческое Я / Перевод В.Г. Николаева. Социальные и гуманитарные науки. Серия 11. Социология. 2003. № 4. С. 138–150.
- Чередниченко Г.А. Молодежь России: социальные ориентации и жизненные пути (Опыт социологического исследования). СПб.: Изд-во РХГИ, 2004. 504 с.
- Ядов В.А. Отношение к труду: концептуальная модель и реальные тенденции // Социологические исследования. 1983. № 3. С. 50–62.
- Данные Всероссийского центра изучения общественного мнения от 16.09.2012 [Электронный ресурс]. URL: [http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=868&q_id=60673&date=16.09.2012] (дата обращения: 5.05.2015)
- Пресс-выпуск ВЦИОМ от 2.10.2014: «Карьера в России: желания и возможности» [Электронный ресурс]. URL: [http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=115001] (дата обращения: 5.12.2014)
- Пресс-выпуск ФОМ от 22.04.2015: «Место работы в нашей жизни» [Электронный ресурс]. URL: [http://fom.ru/Rabota-i-dom/12130] (дата обращения: 5.05.2015)
- Dingwall R. The Legacy of Parsons and Hughes / in Essays on Professions. Hampshire, United Kingdom: Ashgate. 2008. P. 1–10.
- Hughes E.C. Prestige // Annals of the American Academy of Political and Social Science.

1959. Vol. 325. P. 45–49.

Hughes E.C. Professional and Career Problems of Sociology // Transactions of the Second World Congress of Sociology. 1954. Vol. 1. P. 54–61.